mediametrie

Levallois, le 26 octobre 2006

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Septembre 2006

37% des Français sont connectés en haut débit à domicile

Evolution de la population internaute

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Septembre 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En septembre 2006, 28 046 000 Français âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet au cours du dernier mois, soit plus de la moitié (53,7%) de la population âgée de 11 ans et plus. La population internaute a progressé de 12% entre septembre 2005 et septembre 2006.

	Septembre 2006	Septembre 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion	**28 046 000** **Soit 53,7% des Français**	25 056 000 soit 48,4% des Français	+ 12%

La population internaute connectée à domicile en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Septembre 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Près de 9 internautes à domicile sur 10 (88,6%) sont connectés en haut débit, soit 19 288 000 internautes.
Cette population d'internautes est en progression de 36% par rapport à septembre 2005 (+ 5 068 000 internautes en un an) et représente 37% des Français âgés de 11 ans et plus.

	Septembre 2006	Septembre 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois	**19 288 000** **soit 88,6% des internautes domicile**	14 220 000 soit 76,9% des internautes domicile	+ 36%

Evolution de l'équipement multimédia des Français

Source : Médiamétrie / GfK – La Référence des Equipements Multimédias – 3ème Trimestre 2006 –
Copyright Médiamétrie et GfK– Tous droits réservés

Au 3ème trimestre 2006, plus de 13,5 millions des foyers français (soit 52,9%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 236 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté de 10% en un an.

Plus de 10 millions de foyers ont accès à Internet ce qui représente plus de 4 foyers sur 10 (42,6%) contre 35,5% des foyers au 3ème trimestre 2005. Avec 1 897 000 foyers supplémentaires en un an, le nombre de foyers ayant accès à Internet a augmenté de plus de 20% entre le 3ème trimestre 2005 et le 3ème trimestre 2006.

	3ème trimestre 2006	2ème trimestre 2006	3ème trimestre 2005
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**13 510 000** **soit 52,9 % des foyers**	13 155 000 soit 51,5 % des foyers	12 274 000 soit 48,5 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**10 881 000** **soit 42,6 % des foyers**	10 633 000 soit 41,6 % des foyers	8 984 000 soit 35,5 % des foyers

Le temps passé par visiteur unique(2) sur le web Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Septembre 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En septembre 2006, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de 22h11mn contre 19h25 en août 2006 et 19h52mn en septembre 2005.

Le temps passé sur le web a augmenté de 2h19mn entre septembre 2005 et septembre 2006.

Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Septembre 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	17 260 000	18,3
2	Orange	12 992 000	13,2
3	MSN/Windows Live	12 535 000	11,8
4	Free	12 435 000	8,2
5	Yahoo!	9 529 000	9,8
6	PagesJaunes	9 261 000	4,4
7	Microsoft	8 961 000	3,3
8	eBay	7 678 000	8,5
9	Voila	7 298 000	5,4
10	Mappy	6 984 000	2,4
11	TF1 Network	6 009 000	5,5
12	Wikipedia	5 724 000	2,3
13	L Internaute	5 549 000	2,8
14	01net. Network	5 427 000	2,6
15	Lycos Europe	5 426 000	3,6
16	Fnac	5 423 000	3,0
17	Alice	5 169 000	6,1
18	voyages-sncf.com	5 137 000	2,8
19	La Redoute	4 709 000	3,1
20	Skyrock Network	4 527 000	6,3
21	Cdiscount.com	4 445 000	3,4
22	ViaMichelin	3 989 000	2,2
23	Amazon	3 913 000	2,3
24	Doctissimo Network	3 721 000	2,1
25	AOL(*)	3 694 000	8,1
26	PriceMinister	3 669 000	2,8
27	Credit Agricole	3 592 000	6,8
28	France Televisions	3 455 000	2,3
29	LA POSTE	3 452 000	6,2
30	AlloCine	3 450 000	2,7

* Hors AOL Propriétaire

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Applications Internet incluses (3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail - Septembre 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	17 329 000	16,3
2	MSN/Windows Live	14 555 000	17,8
3	Microsoft	14 460 000	7,4
4	Orange	13 459 000	15,0
5	Free	12 435 000	7,6
6	Yahoo!	9 805 000	9,3
7	PagesJaunes	9 261 000	4,2
8	eBay	7 678 000	7,9
9	Voila	7 298 000	5,1
10	Mappy	6 984 000	2,4
11	TF1 Network	6 009 000	5,2
12	Wikipedia	5 724 000	2,2
13	L Internaute	5 549 000	2,7
14	01net. Network	5 427 000	2,5
15	Lycos Europe	5 426 000	3,5
16	Fnac	5 423 000	3,0
17	AOL	5 414 000	13,9
18	Alice	5 184 000	5,7
19	voyages-sncf.com	5 137 000	2,7
20	eMule	4 943 000	17,6
21	La Redoute	4 709 000	3,0
22	Skyrock Network	4 527 000	5,8
23	Real Network	4 470 000	5,5
24	Cdiscount.com	4 445 000	3,4
25	Apple	3 995 000	4,3
26	ViaMichelin	3 989 000	2,2
27	Amazon	3 913 000	2,3
28	Doctissimo Network	3 721 000	2,1
29	PriceMinister	3 669 000	2,7
30	Credit Agricole	3 592 000	6,6

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Applications Internet exclues [(3)]

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail –Septembre 2006 –

Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque [(4)]	Visiteurs Uniques [(2)]
1	Google	17 260 000
2	Orange	12 992 000
3	MSN/Windows Live	12 535 000
4	Yahoo!	9 529 000
5	PagesJaunes	9 261 000
6	Voila	7 298 000
7	Mappy	6 984 000
8	TF1 Network	6 009 000
9	L Internaute	5 549 000
10	01net. Network	5 427 000
11	Lycos Europe	5 426 000
12	Alice	5 169 000
13	Skyrock Network	4 527 000
14	ViaMichelin	3 989 000
15	Doctissimo Network	3 721 000
16	AOL(*)	3 694 000
17	France Televisions	3 455 000
18	AlloCine	3 450 000
19	aufeminin.com	3 441 000
20	Club-Internet	3 303 000
21	Clubic.com	2 764 000
22	Alapage	2 548 000
23	Mistergooddeal	2 186 000
24	M6 Network	2 107 000
25	Le Monde	2 014 000
26	LeGuide.com	1 907 000
27	Infos-du-Net.com	1 806 000
28	nouvelobs.com	1 718 000
29	Boursorama	1 665 000
30	lastminute.com Network	1 637 000
31	ZDNet	1 628 000
32	Shopping.com Network	1 538 000
33	Groupe Express-Expansion	1 481 000
34	Le Journal du Net	1 477 000
35	Caradisiac	1 467 000
36	Presence PC	1 356 000
37	Le Figaro	1 334 000
38	Meetic	1 321 000
39	Expedia	1 237 000
40	Bestofmicro	1 177 000
41	RTL net	1 166 000
42	Radio France	1 144 000
43	CNET~	1 128 000
44	Topannonces.fr	1 070 000
45	Webmarchand	1 040 000
46	Explorimmo	902 000
47	Cadremploi	839 000
48	Lacentrale.fr	833 000
49	Liberation	815 000
50	EMW	808 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

(1) **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

(2) **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

(3) **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

(4) **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec « Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédias des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédias et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du Multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile,etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias...Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

La Référence des Équipements Multimédias fournit la référence unique sur les équipements médias et multimédias des foyers français. Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.
L'étude simultanée des équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès à Internet permet d'obtenir une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 7 000 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2005, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 40,2 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du service «Nielsen//NetRatings». Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Pour toute information presse contacter :
Sophie Rodriguez
Tél. : 01 47 58 97 55
Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : srodriguez@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr